

DIGITAL SALES MANAGER

**“Vom analogen Verkäufer zum Digital Sales Manager:
Vorteile erkennen und Chancen der Digitalisierung nicht verpassen!”**



Online-Veranstaltung:
Trainer:

10.11.2022
Christian Schmitz, Robert Half & Protiviti

im Auftrag der CDH-Mitte und IHK Frankfurt am Main

DOZENT CHRISTIAN SCHMITZ

FACHGEBIETE

- Digitaler Vertrieb/ Social Selling
- Kaltakquise und Neukundengewinnung
- Akquise von Projekten und Beratungsmandaten
- Vertriebs- und „Go to Market“-Strategien
- Strategischer Vertrieb / Key Account Management

BRANCHENEXPERTISE

- Unternehmensberatung
- Personaldienstleistung
- Software as a Service

AUSBILDUNG

- Betriebswirt, BA
- SCRUM FOUNDATION
- SCRUM MASTER
- PRODUCT OWNER

ERFOLGE

- ✔ Wachstumschampion, Bester Verkäufer nach Abschlüssen und Net Sales 2018, 2019
- ✔ Mehr Gewinn, Umsatz im Vergleich zum Vorjahr sowie Steigerung der Beratertagesätze um 50% in 2020 (Covid-19)
- ✔ Erfolgreiche „Go to Market“ Umsetzung in den ersten sechs Monaten

WERDEGANG

DIRECTOR SALES
Robert Half/ Protiviti

VICE PRESIDENT SALES
Personaldienstleister

HEAD OF SALES
Unternehmensberatung

SENIOR KEY ACCOUNT MANAGER
Personaldienstleister

PERSONAL- & BERATUNGSLEISTUNGEN WELTWEIT AUS EINER HAND

MANAGED SOLUTIONS

LEISTUNGEN	INTERIMS-MANAGEMENT	BERATUNG	MANAGED SOLUTIONS
+ Fachpersonal auf Anfrage zur Lösung von einzigartigen und komplexen Problemen	✓	✓	✓
+ Bereitstellung einer bedarfsgerechten Anzahl eingespielter Projektteams		✓	✓
+ Konzeptionelle und strategische Beratungsleistungen		✓	✓
+ Qualitätssicherung und Haftung für die erbrachte Dienstleistung		✓	✓
+ Mehrere Arbeitspakete und Dienstleistungen mit Lastenheft über einen Vertrag		✓	✓
+ Protiviti-Projektleitung als Single Point of Contact für alle Ressourcen			✓
+ Bündelung und Steuerung aller Projektressourcen mit regelmäßigem Reporting; Projektfortschritte, Ressourcen, Zeit, Budget etc.			✓
+ Verwaltung der Ressourcen: Auswahl, Vorstellungsgespräche, Onboarding, Anwesenheitskontrolle, Follow-up bei Abwesenheit, Vertretung etc.			✓
+ Skalierung der Ressourcen nach Ihren Anforderungen und ohne weiteren Aufwand Ihrerseits			✓



- Protiviti - eines der größten IT-Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen der Welt mit über 9.000 Mitarbeitern
- Robert Half als der weltweit erste und heute größte spezialisierte Personaldienstleister für Fach- und Führungskräfte
- Wir bündeln erfahrene und ergebnisorientierte Berater mit spezialisierten und flexiblen Projekt-Ressourcen

AGENDA ÜBERSICHT DER INHALTE

1. VERTRIEB

- Die Evolution des Vertriebs
- Was hat sich verändert?

2. DATEN

- Daten sind das neue Gold
- Qualifizieren und Disqualifizieren
- CRM

3. SOCIAL SELLING

- Definition & Nutzen
- Bausteine
- Plattformen
- LinkedIn Profil
- Social Selling in der Praxis
- Werkzeuge

4. ZEITMANAGEMENT

- Zeitmanagement und Produktivität heute

5. PROZESSE

- Vertriebsprozesse Best Practices

6. LEARNINGS

- Was nehmt Ihr mit?

1. VERTRIEB



ANGEBOT

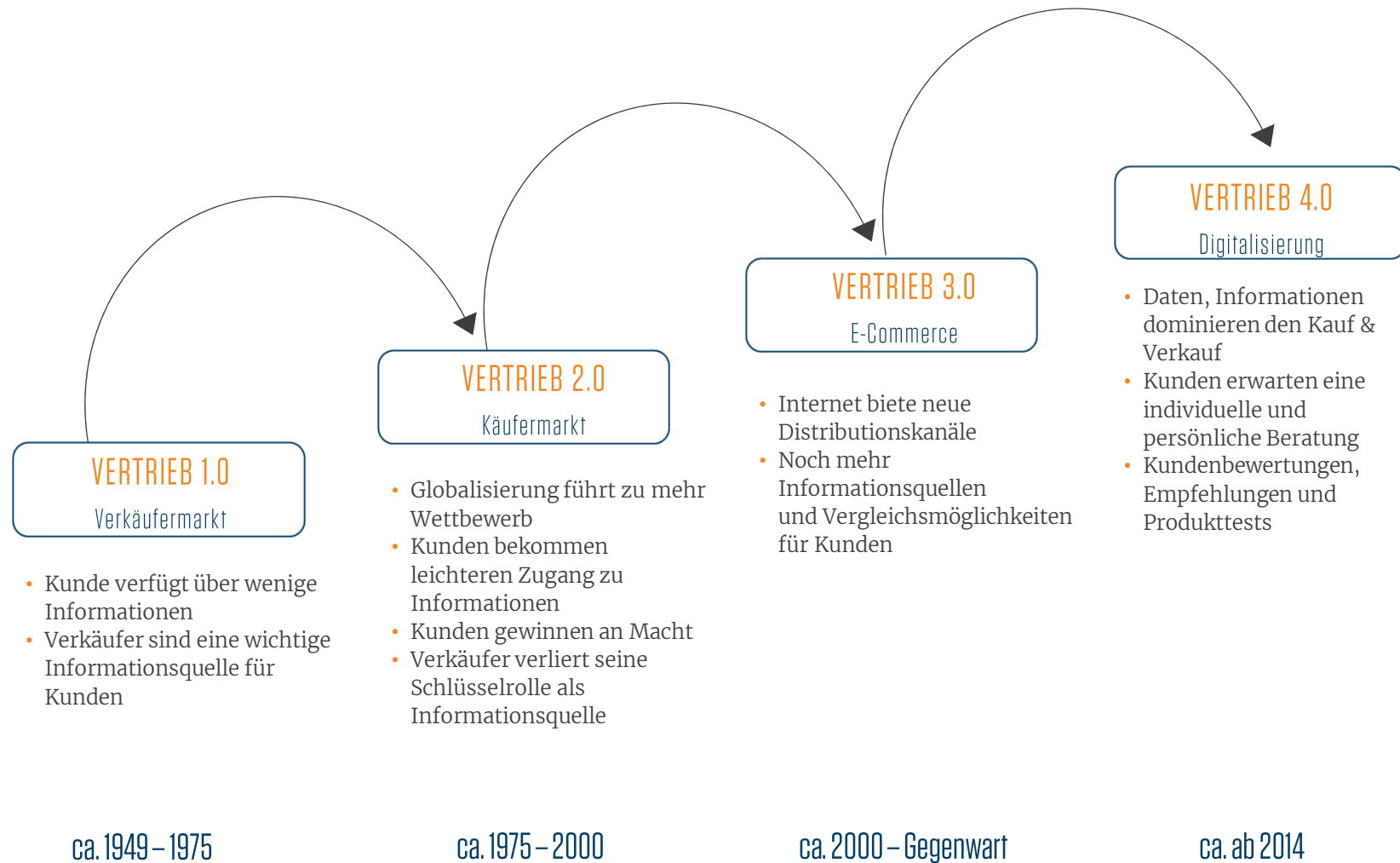


KUNDE



ABSCHLUSS

VERTRIEB DIE EVOLUTION DES VERTRIEBS



VERTRIEB DIE EVOLUTION DES VERTRIEBS

STUFE	SITUATION	HERAUSFORDERUNG
1.0	Hohe Nachfrage, wenige Anbieter	offen erkennbare Bedürfnisse erfüllen, informieren & verkaufen
2.0	Zunehmend gesättigter Markt	Spezielle Bedürfnisse vor Mitbewerber erkennen, informieren & verkaufen
3.0	Neues Informationsangebot durch Internet	Erwartungen an online Angebotspräsentation erfüllen, zum zuverlässigen Partner werden
4.0	Digitales Marketing (Customer Tracking, automatisierte Workflows, Künstliche Intelligenz) verändert den Vertrieb	Individuelle und automatisierte Kommunikation auf allen Stufen der Customer Journey Vertrieb ≠ Verkaufen Vertrieb = Operatives Know How Herausforderungen erkennen, Potenziale erkennen & Strategien entwickeln

VERTRIEB 4.0 ZUSAMMENFASSUNG

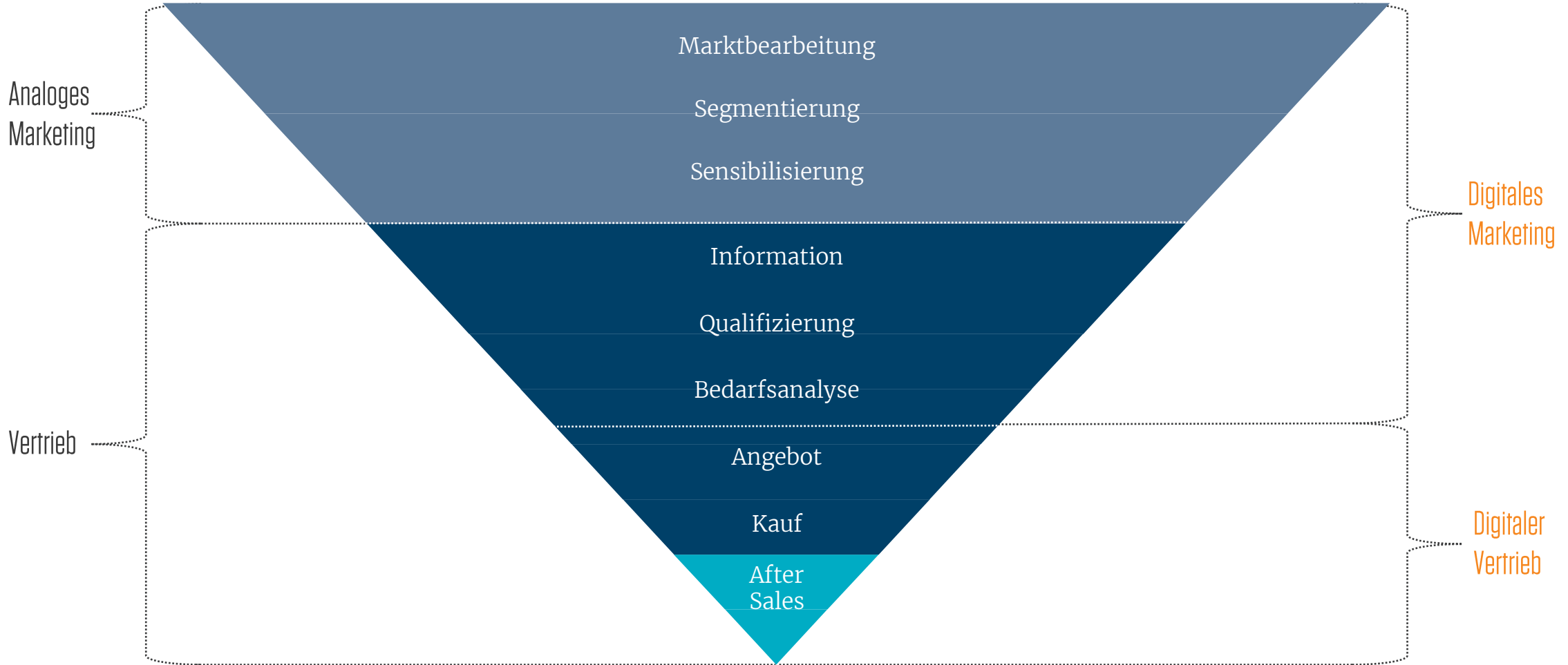
WAS HAT SICH
VERÄNDERT?

- ✓ Unsere Kunden sind informierter
- ✓ Unsere Kunden wollen mitgestalten, was wir Ihnen anbieten und wie wir es Ihnen anbieten
- ✓ Unsere Kunden wollen stärker eingebunden werden
- ✓ Unsere Kunden erwarten von uns, dass wir individueller & persönlicher auf Sie eingehen
- ✓ Unsere Kunden legen verstärkt Wert darauf, dass wir wissen, auf was Sie Wert legen und welche Werte Sie leben
- ✓ Unsere Kunden sind es gewohnt, jede Information sofort abrufen zu können.
24 Stunden, 7 Tage die Woche

FRÜHER

SALES FUNNEL

VERTRIEB 4.0



VERTRIEB 4.0



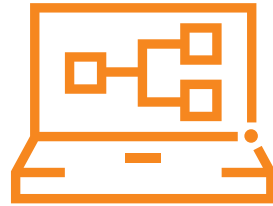
ÜBER SOZIALE NETZWERKE FINDEN KÄUFER UND VERKÄUFER ZUSAMMEN.
NUTZER KÖNNEN SICH IM VORFELD ÜBER MÖGLICHE GESCHÄFTSPARTNER INFORMIEREN.

KUNDEN UND WIR SIND IMMER UND ÜBERALL ERREICHBAR.

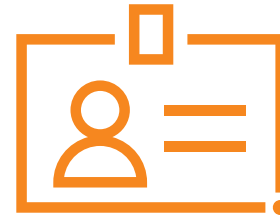
2. DATEN



KUNDENDATEN



PROJEKTKUNDE



PERSÖNLICHE DAN TEN

DATEN SIND DAS NEUE GOLD

- ✓ Daten im Vertrieb entscheiden über Abschluss/ Nicht-Abschluss und damit über Kunde oder Nicht-Kunde
- ✓ Kunden kaufen heute anders als früher!
- ✓ Sie müssen wissen, was Ihr Kunde schon weiß und was er noch nicht weiß
- ✓ Daten aus persönlichen Gesprächen und Daten, die automatisiert erhoben werden zu verknüpfen bringt wichtige Kenntnisse für den Vertriebsprozess
- ✓ Daten sind nur dann wertvoll, wenn wir sie auch nutzen
- ✓ Daten spielen in der Zukunft eine noch viel wichtigere Rolle

»KI - Künstliche Intelligenz«

WEBINAR: WIE DIE EU KI REGULIEREN WILL UND WAS DAS FÜR UNS ALLE BEDEUTET

DATEN QUALIFIZIEREN & DISQUALIFIZIEREN



Profi-Tipp für bessere Suchergebnisse:

- OR Beispiel: Leiter OR Head of
- AND Beispiel: Solar AND Energie
- NO Beispiel: Entwickler NO SAP
- „ Beispiel: „Head of Project Management“

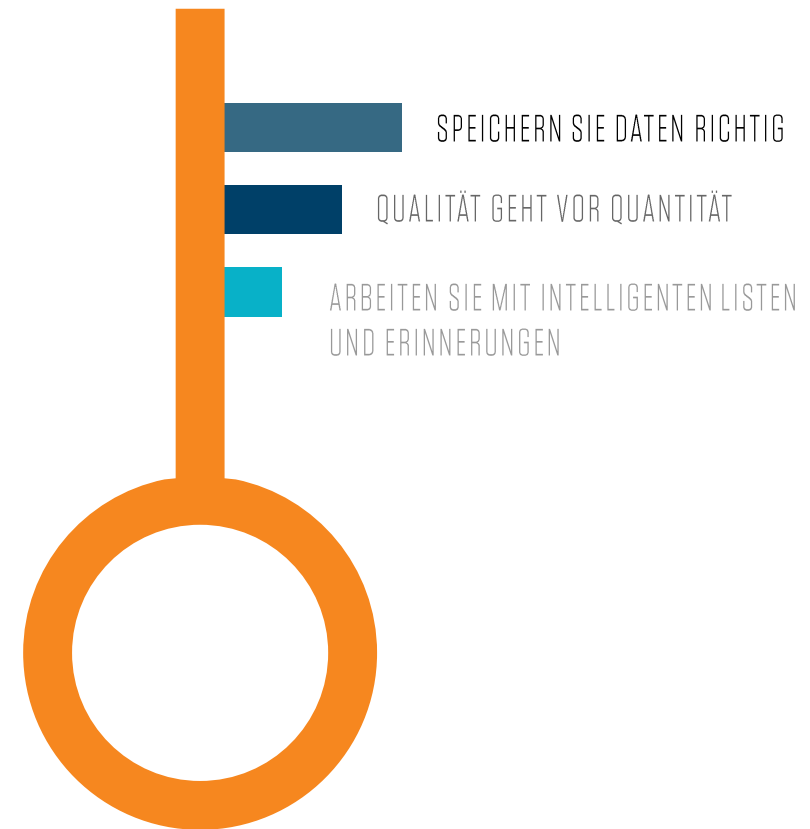
»Nutzt Filteroptionen, um Kunden bestmöglich zu qualifizieren.«

DATEN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

CRM-SYSTEM

WELCHE FUNKTIONEN SIND WICHTIG?

- Wiedervorlage
- Schnittstelle zu Outlook & Co.
- Kontakthistorie
- Dokumentationsmöglichkeiten
- Suchfunktionen
- Anlegen von Leads/ Prospects



»Nutzen Sie ein EU-DSGVO-konformes CRM-System!«
WORAUF SIE NOCH IM DATENSCHUTZ ACHTEN MÜSSEN, ERFAHREN SIE [HIER](#)

3. SOCIAL SELLING



PERSONAL BRANDING



CONTENT-MARKETING



NETWORKING



SOCIAL SELLING BAUSTEINE

PERSONAL BRANDING

- Aufbau einer eigenen Marke
- Mehr Aufmerksamkeit, Respekt, höhere Reputation
- Hohe Preise können leichter gerechtfertigt und umgesetzt werden

CONTENT-MARKETING

- Positionieren Sie sich mit wertigen Inhalten, die Sie teilen
- Reichweite und Bekanntheit Ihrer Person führen zu Aufmerksamkeit und passiver Lead-Generierung

NETWORKING & EMPFEHLUNGSMARKETING

- Aufbau von strategischen und nachhaltigen Beziehungen
- Gewinnen Sie neue Kunden
- Werden Sie zum Trusted Advisor Ihrer Kunden

SOCIAL SELLING DEFINITION & NUTZEN



»Social Selling beschreibt den Prozess zum Aufbau einer Kundenbeziehung. Im Mittelpunkt steht der direkte Dialog mit dem Kunden.«



»Mit der Anwendung von Social Selling werden Sie dem heutigen Käuferverhalten gerecht. Kunden können sich über Sie und Ihr Angebot informieren. Mittels Content-Marketing erzielen Sie Reichweite, so werden Sie leichter gefunden. Durch wertigen Content beweisen Sie sich als attraktiver Geschäftspartner und Experte!«



Savas Cetin (Trusted Advisor) • 1.

Vertriebsleiter | Prokurist 🎯 "Ich helfe meinen Kunden, Projekte erfolgreich u...
1 Monat • Bearbeitet • 🔒

Hier finden Sie den besten Kundenservice!

...
Gestern hatte ich nach langer Zeit wieder einen persönlichen Termin bei meinem Kunden in der [Deutsche Apotheker- und Ärztebank](#).

Wenn Sie dann eine Kaffee-Spezialität zum Gespräch wollen, ist das Café in der Bank die richtige Adresse. ABER hervorheben möchte ich vor allem die Frau [Selma Ugur](#), die einen unglaublichen Service hinter den Tresen bietet. Ich habe gehört, dass sie Kaffee im 5-stelligen Bereich täglich! aufbereitet.

Der Clou: sie kennt ihre Kunden und spricht sie mit Namen an. Da sie auch noch die Vorlieben ihrer Kunden kennt, bereitet sie den Café vor, während die Kunden noch in der Schlange warten.

Gestern habe ich diese Erfahrung dann auch wieder persönlich gehabt, denn als ich mir einen Café Crema bestellt hatte, wusste sie, dass ich noch etwas dazu Milch nehme. Bitte???? Ich war zuletzt vor ca. 6 Monaten da!!

Ich war wirklich begeistert...übrigens, ich hatte einen Mundschutz auf und gefühlt 70% meines Gesichts war verdeckt 😬. Und meine Stimme ist wirklich nicht einzigartig.

Was lerne ich als Vertriebler vom gestrigen Tag?
Begeistere deine Kunden und biete ihnen etwas Besonderes! Egal wo und egal wie!

Danke Selma Ugur für den tollen Service und diese Lektion!! 🙌
[#ApoBank](#) [#service](#) [#kundenerlebnis](#)



CONTENT-MARKETING BEISPIEL

- Er teilt Lob und Anerkennung
- Dabei ist er authentisch
- Überrascht sein Netzwerk
- Schlägt eine Brücke zwischen dem Inhalt und seinem Geschäft

NETWORKING & EMPFEHLUNGSMARKETING

- 221 Personen "gefällt" der Beitrag
- Über 15.000 Personen haben den Beitrag gesehen
- 21 Personen haben den Beitrag kommentiert
- Wichtige Personen beim Kunden haben sich mit ihm vernetzt

👍👏👍 221 • 21 Kommentare

👍 Gefällt mir 💬 Kommentar ➦ Teilen 📧 Senden

SOCIAL SELLING PLATTFORMEN

	XING	VS.	LINKEDIN
NUTZER DACH-REGION	17 Mio.		14 Mio
EIGNET SICH FÜR CONTENT-MARKETING	schwerfällig		einfach mit vielen Möglichkeiten
FOLGE-FUNKTION	Nur Kontakten		Kontakte und Nicht-Kontakte
EMPFEHLUNG	Keine offizielle Funktion		Profilbereich
SALES-TOOLS	ProBusiness		Sales Navigator

SOCIAL SELLING PROFIL

ANALYSE

- Slogan mit Mehrwert für die Zielgruppe und optional passenden Emojis
- Themen, Serviceleistungen und Fokusbereich nutzen
- Infotext
- Weniger Fließtext, dafür Bullets und einfache, prägnante Informationen + GTA



Christian Schmitz

Digital Finance Lead & Value Provider | Verbindet Menschen, Prozesse und Technologien

Themen: #rpa, #sap, #processmining, #digitalfinance und #automationfirst

Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen, Deutschland · [Kontaktinfo](#)



Robert Half



Duale Hochschule Baden-Württemberg

Serviceleistungen

IT-Beratung, Managementberatung und Unternehmensberatung

[Alle Details anzeigen](#)



Erfahren Sie Ihren Digital Finance Index

Sie möchten wissen, wo Sie in der Digitalisierung Ihrer Finanzabteilung stehen?

Welche Möglichkeiten und Potenziale bei Ihnen noch schlummern und wie Sie es schaffen, Ihr Finanzwesen als vorausschauenden, strategischen Partner im Unternehmen zu stärken?...



Managed Solutions

Die Komplettlösung für Projekte, die sich kontinuierlich an Ihre Bedürfnisse und Veränderungen anpasst.

+ Managementberatung kombiniert mit ausgewählten Fachexpert*innen...

Meine Kunden schätzen an mir, dass ich keine Verkaufsgespräche führe. Ich biete ehrliche, unabhängige Beratung und strebe langfristige Kundenbeziehungen an, die meine Kunden wirklich weiterbringt. #ValueProvider

Meine Schwerpunkte:
✓ S/4HANA Finance etc.

Aktuell beschäftige ich mich viel mit Smart Accounting:
↓ Senkung der Selbstkosten um bis zu 30% etc.

Ich freue mich über den Kontakt und Dialog zu Digital Finance.

SOCIAL SELLING PROFIL

ANALYSE

- Statement + prof. Profelfoto + Videobotschaft
- Aussprache des Namen
- Persönliche Zusammenfassung
- mit Bezug zum Business und zwei Einladungen

The screenshot shows a LinkedIn profile for Felix Brehmer. At the top, the LinkedIn logo is on the left, and navigation tabs for 'Personen', 'Felix', and 'Brehmer' are on the right. Below the navigation is a purple banner with a circular profile picture of Felix Brehmer on the left and the text 'MASTER SOFTWARE INSTANTLY' on the right. Underneath the banner, the name 'Felix Brehmer' is displayed in bold, followed by the tagline 'Helping people feel empowered by technology', the handle '@Userlane', and the location 'München, Bayern, Deutschland · 500+ Kontakte'. To the right of this information are three icons with labels: 'Userlane', 'Universität Mannheim', and 'Websites'. A blue button at the bottom of the profile section says 'Mitglied werden und vernetzen'.

Info

I am fascinated by software and how to use it to achieve the best possible outcomes for individuals and companies. Therefore, I am working in my current role with Enterprises to master Digital Transformation and maximize the ROI on their software investments.

To become a truly digital company, it is vital to building the software landscape around your employees and not the other way around. It is critical to have proper change management to leave no one behind and lead the digital transformation.

My expertise is (Enterprise) Sales as well as growing teams in a startup environment. I'm always looking for new ways to improve my productivity and optimize my time management. If you have tips in any of those areas or seek advice, feel free to send me a request to connect.

Originally I am from beautiful Weinheim, close to Frankfurt before I moved to Munich. I enjoy spending time in nature. Thus, I appreciate the proximity to the German as well as the Austrian Alps. During summer, I spend the weekends hiking while working on my skiing skill in the winters. Don't hesitate to hit me up if you are up for an adventure.

SOCIAL SELLING BASICS

SLOGAN

Beispiel A)

Berufstitel | Firma | Geschäftsmodell (Produkt/ Dienstleistung)
| Was macht Sie aus/besonders (Mehrwert)

Beispiel B)

Berufstitel | Firma | „Ich helfe WEM durch DIESE METHODE
ein bestimmtes ZIEL zu erreichen.“

INFOTEXT

Wer bin ich?

Was mache ich?

Wie tue ich das?

Mit wem arbeite ich?

Wieso bin ich oder ist meine Leistung einzigartig?

Weshalb sollte man mich engagieren?

Wo arbeite ich?

LINKEDIN-PROFIL ZUSAMMENFASSUNG

- ✓ Verwendet ein professionelles Profilfoto
- ✓ Beschreibt relevante Berufserfahrungen
- ✓ Findet einen persönlichen, aussagekräftigen Profil-Slogan
- ✓ Listet Eure Kern-Kenntnisse auf
- ✓ Schreibt eine gute Zusammenfassung
- ✓ Lasst Euch eure Kenntnisse bestätigen
- ✓ Stellt Eure Ausbildung/ Qualifikation vollständig dar
- ✓ Fragt gezielt nach Empfehlungen
- ✓ Nutzen Sie SEO-Begriffe
- ✓ Vergesst nicht Eure „Call to Action“ sowie optional Eure Kontaktdaten

SOCIAL SELLING IN DER PRAXIS

SCHRITT FÜR SCHRITT IM

 SALES NAVIGATOR

1

FINDEN SIE IHRE ZIELGRUPPE HERAUS

- Nutzt Eure Customer Journey und Buyer Persona
- Was ist Deine Value Proposition?

2

SUCHEN NACH DEINER ZIELGRUPPE IM SALES NAVIGATOR

- Nutzt unbedingt die Filter
- Du kannst auch Suchen speichern

3

SPEICHERE LEADS & ACCOUNTS IN LISTEN

- Zum Beispiel nach Branchen, nach Bundesländern oder nach Berufsbezeichnungen

SOCIAL SELLING IN DER PRAXIS

SCHRITT FÜR SCHRITT IM



4

INTERAGIEREN SIE MIT IHREN LEADS

- Folgt ihnen
- Kommentiert und Beiträge, klickt auf „Gefällt mir“

5

KONTAKTIEREN SIE IHRE LEADS

- Ihr habt 20 InMails im Monat, nutzt diese wenn möglich
- Versucht schnell an E-Mailadresse zu kommen

6

PERSONALISIEREN SIE IHRE E-MAIL

- Verwendung des Kundennamens und des Firmenamens
- Kompliment für etwas, was die Person getan oder bekommen hat
- Erwähnt etwas von der Person z.B. ein Beitrag, der Dir besonders gut gefällt

SOCIAL SELLING BEISPIEL

ANALYSE

- Persönliche, individuelle Ansprache + Aufhänger
- Wertschätzung/ Kompliment
- Interesse wecken (Mehrwert) + Frage (Einladung zum Dialog)

Chief Strategy Officer International

23. FEB.



Christian Schmitz · 13:38

Lieber K

am Opernplatz habe ich Dich als People Manager erlebt, der Innovationen getrieben und ganze Departments, Organisationen dafür begeistern und Ihnen damit geholfen hat.

DAP wäre aus meiner Sicht eine Innovation, die helfen könnte, täglich Millionen einzusparen. Steht DAP bei Deiner Strategie schon auf der Agenda?

Beste Grüße
Christian

24. FEB.

K 07:27

Hi Christian, könntest Du mir mal ein Präsentation schicken, die ich intern weiterleiten kann?

k @

Grüße
K

WERKZEUGE IM VERTRIEB 4.0

VISUALISIERUNG

- Canva (Linkedin-Banner)
- WiseStamp (E-Mailsignatur)
- Pexels (Fotos)

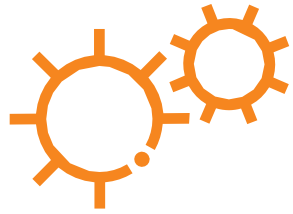
MARKETING

- Hootsuite (Content-Marketing)
- Feedly (Feeds)
- GoogleAlerts (Feeds)
- Bitly (Links nachverfolgen)
- Ahrefsblog (SEO-Begriffe)
- Mailchimp (E-Mailmarketing)

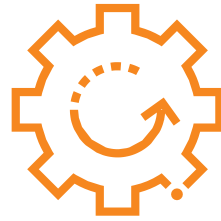
PRODUKTIVITÄT

- SalesNavigator (Vertrieb)
- TickTick (To Do's)
- Braintoss (Notizen)
- Calendly (Kalender)
- DocuSign (digitale Unterschrift)

4. ZEITMANAGEMENT



ZEIT IST GELD



24 Stunden



CLOSE TO THE MONEY

ZEITMANAGEMENT 10ER REGEL

01

Administrative Tätigkeiten eliminieren & wiederkehrende Aufgaben optimieren

02

Sei vorbereitet & flexibel

03

Konzentriert an einer Sache arbeiten, zusätzlich in Zeitblöcken arbeiten

04

Den Schwung nutzen

05

Den Tagesablauf nach den Kunden planen

06

Das Leistungsversprechen auf den Punkt bringen

07

E-Mail-Vorlagen verfassen und nutzen

08

Ablenkung vermeiden

09

To-Do-Listen und Call-Sheets am Vorabend schreiben

10

Pausen einlegen

ZEITMANAGEMENT TAGESPLANUNG

AUFGABEN NOTIEREN	LÄNGE SCHÄTZEN	PUFFERZEITEN EINPLANE	ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN	NACHKONTROLLE
Das muss heute erledigt werden	Geschätzter Zeitaufwand in Stunden/ Minuten	Zeitreserven in Stunden/ Minuten (ca. 1/3 des geschätzten Zeitaufwands für die Aufgaben addieren)	Prioritätensetzung – das Wichtigste zuerst	Tagespensum erfüllt/ nicht erfüllt?
Aufgabe A	1 Stunde	20 Minuten	1. Aufgabe D	Auswertung: Wie zufrieden bin ich mit dem Arbeitstag?
Aufgabe B	2 Stunden	40 Minuten	2. Aufgabe B	<input type="radio"/> zu wenig Pufferzeiten eingeplant <input type="radio"/> zu viel Zeit verplant <input type="radio"/> zu viel Unvorhergesehenes
Aufgabe C	40 Minuten	10 Minuten	3. Aufgabe C	
Aufgabe D	3 Stunden	1 Stunde		Was wird auf den nächsten Tag geschoben?
	Geschätzter Zeitaufwand insgesamt: 6 Std. 40 Min.	Zeitaufwand inkl. Pufferzeiten insgesamt: 8 Std. 50 Minuten = Zeit kürzen!	Das delegiere ich:	<input type="radio"/> Aufgabe A
	Wie viel Arbeitszeit steht mir tatsächlich zur Verfügung: 8 Stunden	So viel Zeit bleibt voraussichtlich zur freien Verfügung: keine	Welche Aufgabe ist unnötig geworden?	

5. PROZESSE



SALES-PIPELINE

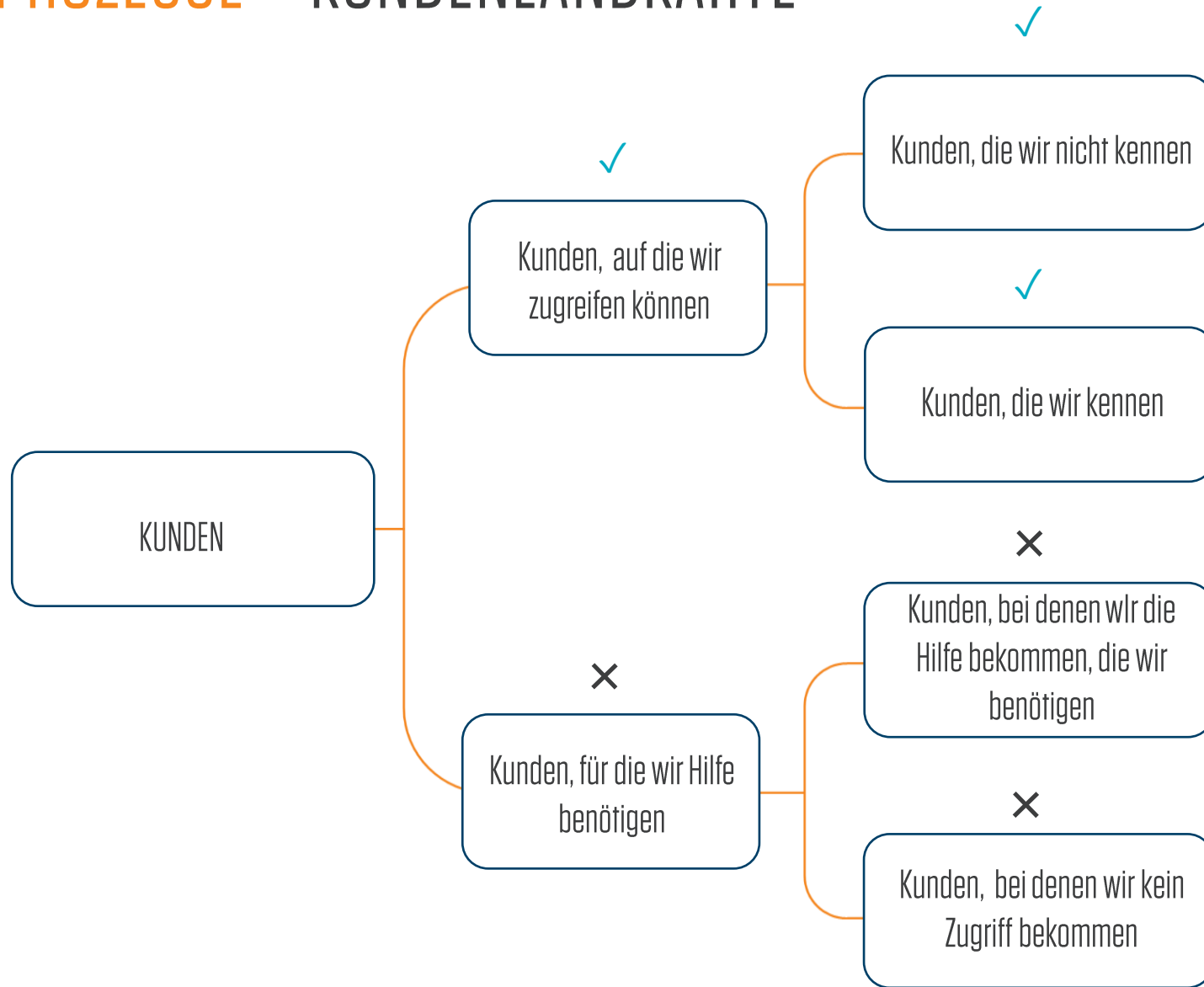


LEADS



PROSPECTS

PROZESSE KUNDENLANDKARTE



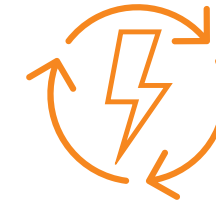
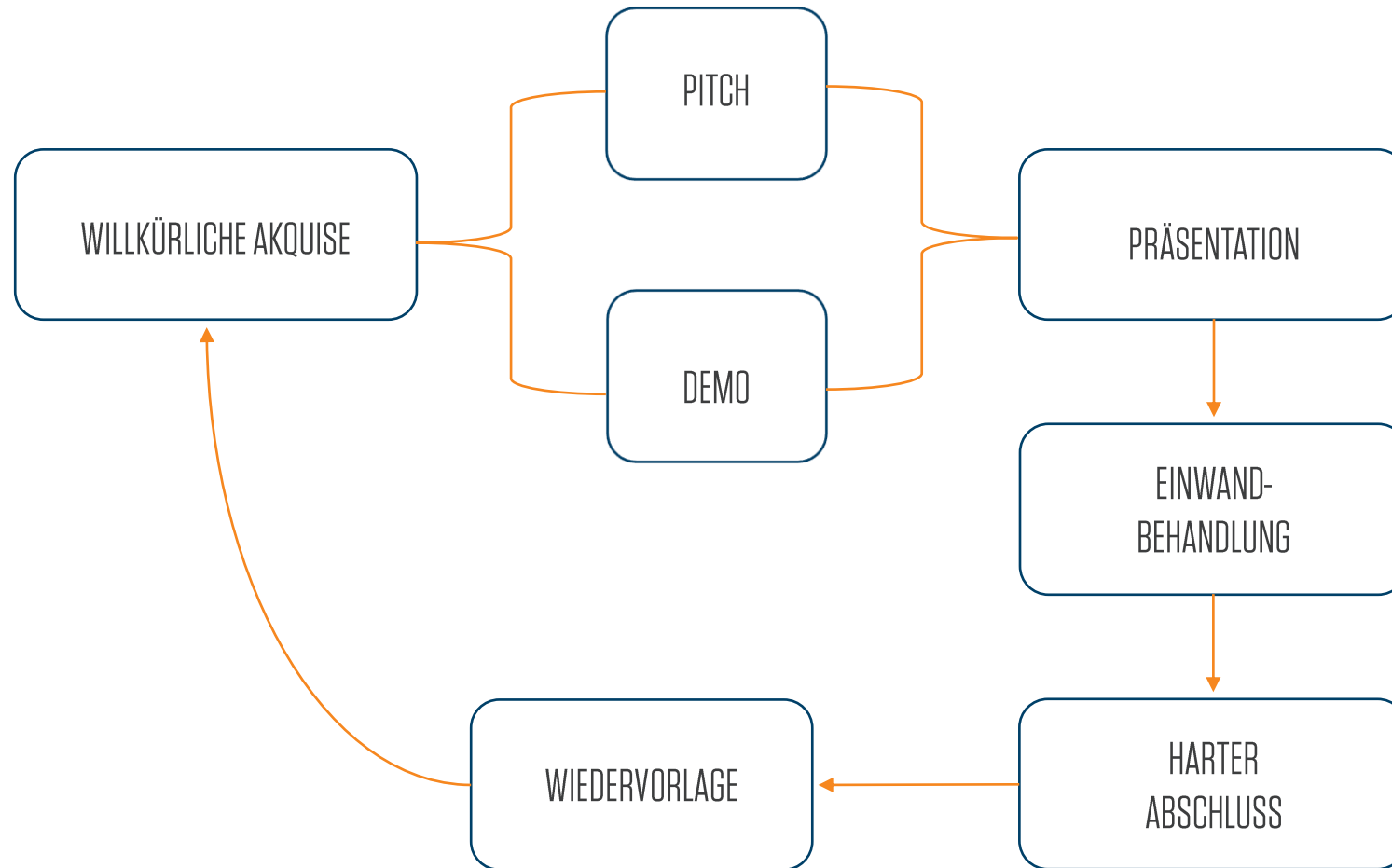
VORGEHEN

- Compelling Events finden
- Entscheidungsprozess erfragen
- Kundentermine

VORGEHEN

- Aufhänger für Termine
- Teilen von Umfragen, Studien, Analysen, Zusammenfassung, neue Ansätze sowie Benchmarks
- Strategiegelgespräche

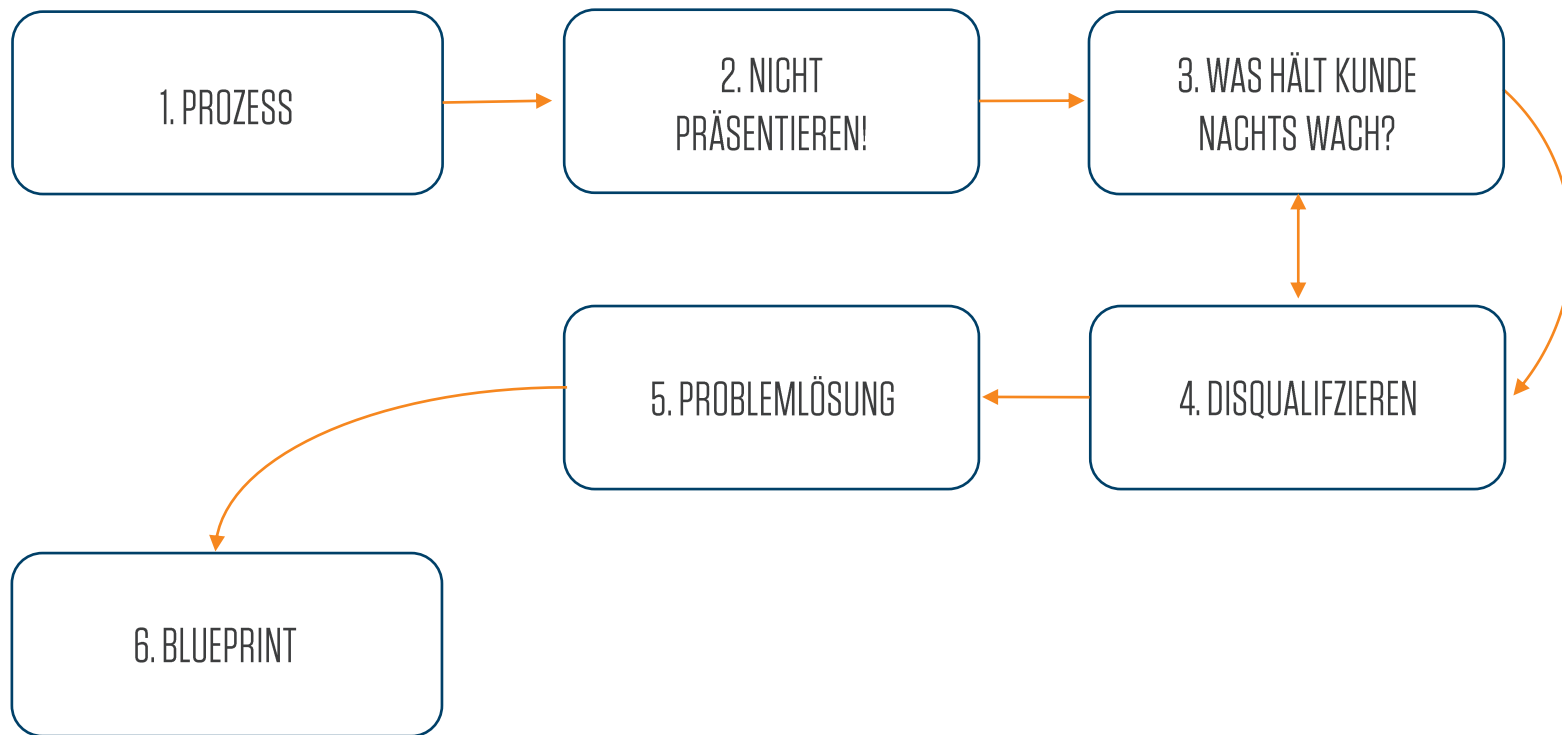
VERTRIEBSPROZESS BISHER



ANALYSE

- Mühsam und anstrengend
- Kunde fühlt sich nicht verstanden
- Kein nachhaltiger Beziehungsaufbau möglich

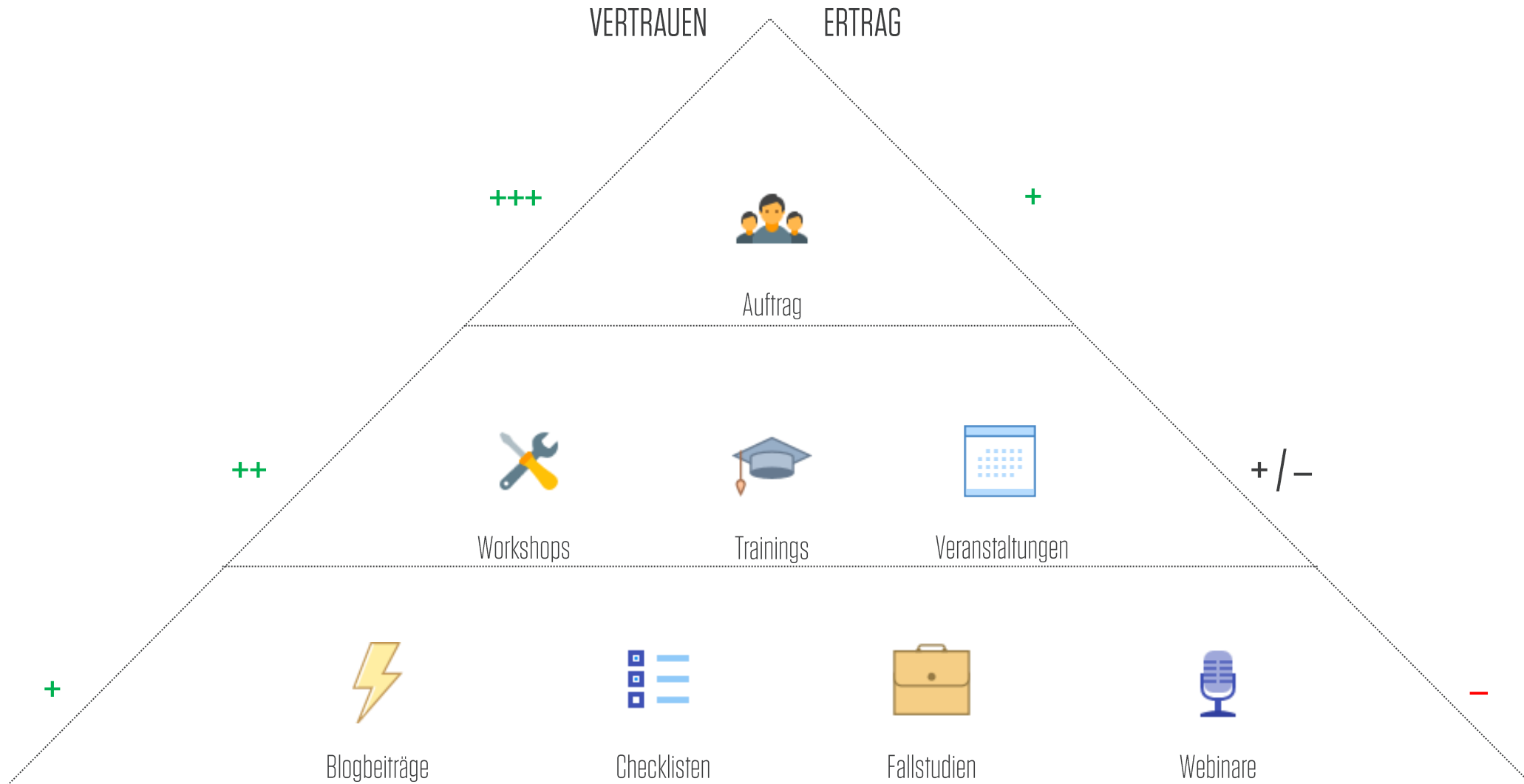
VERTRIEBSPROZESS NEUER ANSATZ



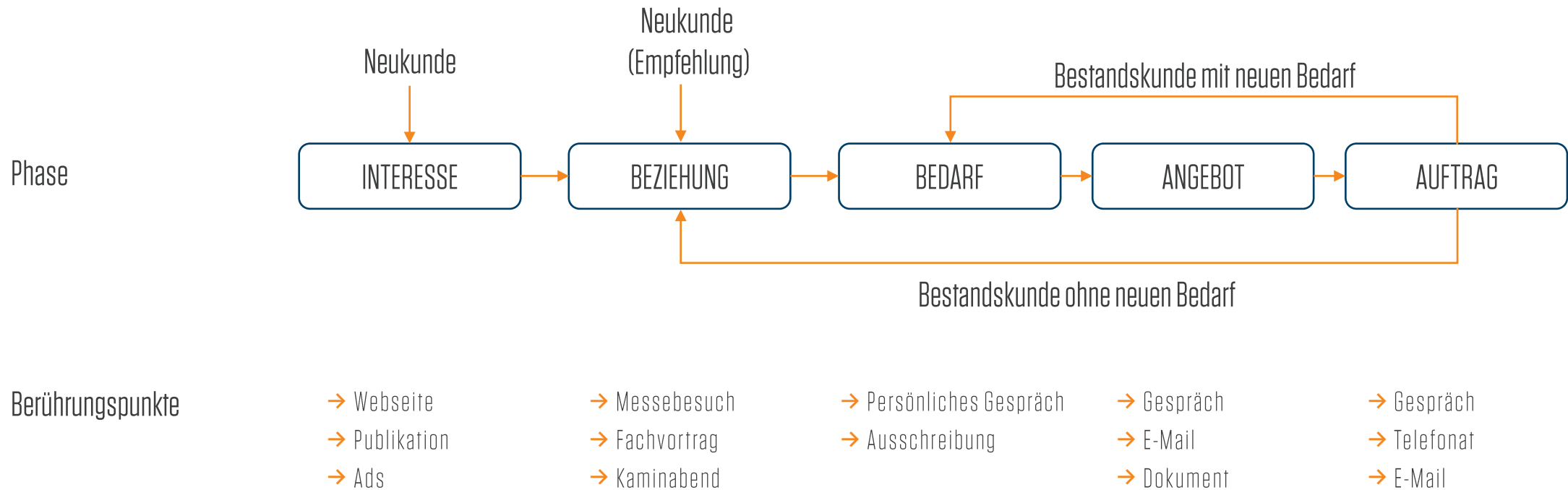
ANALYSE

- Du hast einen Plan
- Du sparst Zeit
- Deine Kunden stehen im Fokus
- Dir wird der Beziehungsaufbau leichter fallen

VERTRIEBSPROZESS ANGEBOTSPYRAMIDE



VERTRIEBSPROZESS CUSTOMER JOURNEY



VERTRIEBSPROZESS ELEVATOR PITCH

ATTENTION



→ Aufmerksamkeit erzeugen

Angebot

„Welche Leistung/ Produkte biete ich?“

INTEREST



→ Interesse wecken

Alleinstellung

„Was unterscheidet mein Angebot und mich?“

DESIRE



→ Verlangen erzeugen

Mehrwert

„Wie profitiert ein Kunde von meinem Angebot und mir?“

ACTION



→ Handlung auslösen

Appell

„Was soll ein Interessent als nächstes tun?“

6. LEARNINGS



WAS NEHMT IHR MIT?

FRAGEN, FEEDBACK UND ANREGUNGEN SIND HERZLICH WILLKOMMEN



MEINE KONTAKTDATEN:

Christian Schmitz

Director Managed Solutions

+49 151 26586173

christian.Schmitz@roberthalf.de

MEINE EMPFEHLUNGEN:

[Robert Half](#), wenn Du oder Dein Umfeld neue Kollegen*innen suchen.

[Protiviti](#), wenn Dein Unternehmen ehrliche, echte und unabhängige Beratung benötigt.